



*share margin of retailers of the first channel was 6,93% and the share margin of retailers of the second channel was 7,31%. The level of efficiency of the three channels of broiler trading system in Serdang Bedagai District was 21,70%, 28,31%, and 23,54%.*

*Keywords : Broiler, Trading System, Price Spread, Efficiency*

## **LATAR BELAKANG**

Sektor peternakan memiliki beberapa sektor dan salah satunya adalah sektor perunggasan. Sektor perunggasan termasuk subsektor yang penting dalam peternakan karena kebutuhan konsumsi protein hewani masyarakat Indonesia sebagian besar berasal dari unggas. Selain itu, sektor perunggasan juga mampu menumbuhkan ekonomi pedesaan karena sebagian besar peternakan berada di desa. Efek ganda dari sektor peternakan unggas ini yang sangat besar dalam sektor pertanian. Karena hampir seluruh bahan baku pakan terdiri dari hasil pertanian seperti jagung, dedak, bungkil kelapa sawit/kopra, tepung gaplek, dan lain-lain. Maka dari itu sektor perunggasan dapat diprioritaskan untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat dan juga mengurangi pengangguran (Desianto, 2010).

Sektor perunggasan tersebut terdiri dari beberapa jenis ternak yaitu ayam ras pedaging, ayam ras petelur, itik, dan burung puyuh. Untuk ayam ras pedaging sendiri merupakan jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam (Anonymous, 2011).

Di Serdang Bedagai terdapat beberapa permasalahan terhadap sistem tataniaga hasil ternak ayam ras pedaging. Permasalahan tersebut antara lain yaitu tidak adanya peranan-peranan lembaga tataniaga resmi seperti KUD untuk menyampaikan komoditi dari produsen ke konsumen dimana lembaga pemasaran ini dapat meningkatkan harga jual petani, menjaga agar harga tetap konstan, menginformasikan kebutuhan pasar terhadap komoditi tersebut.

Selain itu permasalahan lainnya yaitu jarak dari sentra produksi jauh dari pasar dimana hasil ternak ayam ras pedaging di Serdang Bedagai ini dipasarkan ke kota sebesar 92,35% dan ke kabupaten hanya 7,65% dari hasil ternak keseluruhan. (BPS, 2008). Hal ini justru meningkatkan biaya tataniaga khususnya dari fungsi transportasi. Karena jika jarak semakin panjang dan semakin banyak perantara yang terlibat dalam proses tataniaga, maka biaya tataniaga semakin tinggi dan

margin tataniaganya juga semakin besar. Dan jika margin tataniaga besar maka tingkat efisiensi tataniaganya semakin kecil.

Dari kondisi yang dipaparkan tersebut, dilakukan penelitian terhadap saluran tataniaga hasil produksi ternak ayam ras pedaging, *share* margin keuntungan terhadap beberapa pelaku tataniaga, dan produsen, dan tingkat efisiensi tataniaga yang dilakukan tersebut di Kabupaten Serdang Bedagai.

### **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, ditarik beberapa identifikasi masalah sebagai berikut, yaitu

1. Bagaimana saluran tataniaga ayam ras pedaging di Kabupaten Serdang Bedagai?
2. Bagaimana *share* margin masing-masing lembaga tataniaga ayam ras pedaging di Kabupaten Serdang Bedagai?
3. Bagaimana tingkat efisiensi tataniaga ayam ras pedaging di Kabupaten Serdang Bedagai?

### **Tujuan Penelitian**

Dari identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis saluran tataniaga ayam ras pedaging yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai;
2. Untuk menganalisis *share* margin masing-masing lembaga tataniaga ayam ras pedaging di Kabupaten Serdang Bedagai;
3. Untuk menganalisis tingkat efisiensi tataniaga ayam ras pedaging di Kabupaten Serdang Bedagai.

### **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan informasi bagi peternak;
2. Menjadi salah satu referensi pemerintah dalam pengambilan keputusan kebijakan untuk melindungi seluruh pelaku dalam proses produksi dan jalur tataniaga ayam ras pedaging;
3. Sebagai bahan informasi bagi peneliti selanjutnya.

## **LANDASAN TEORI**

### **Tataniaga**

Khol dan Uhl (2002) mendefinisikan tataniaga sebagai suatu aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat aliran barang dan jasa dari titik produksi sampai ke titik konsumen. Produksi adalah penciptaan kepuasan, proses membuat kegunaan barang dan jasa. Kepuasan dibentuk dari proses produktif yang diklasifikasikan menjadi kegunaan bentuk, tempat, waktu dan kepemilikan.

Dalam pengertian lain, tataniaga khususnya untuk bidang pertanian merupakan proses aliran komoditas yang disertai pemindahan hak milik dan penciptaan daya guna waktu, guna tempat, dan guna bentuk yang dilakukan oleh lembaga-lembaga tataniaga dengan melakukan salah satu atau beberapa fungsi-fungsi tataniaga (Sudiyono, 2001). Pengertian tersebut dilengkapi oleh Said dan Intan (2001) dimana di dalam tataniaga itu memiliki untuk memberi kepuasan dari barang dan jasa yang dipertukarkan kepada konsumen atau pemakai dalam bidang pertanian, baik input maupun outputnya.

### **Saluran Tataniaga**

Saluran tataniaga adalah serangkaian lembaga yang melakukan semua fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Produsen memiliki peranan utama dalam menghasilkan barang-barang dan sering melakukan sebagian kegiatan pemasaran, sementara itu pedagang menyalurkan komoditas dalam waktu, tempat, bentuk yang diinginkan konsumen. Hal ini berarti bahwa saluran tataniaga yang berbeda akan memberikan keuntungan yang berbeda pula kepada masing-masing lembaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga tersebut. Saluran tataniaga dari suatu komoditas perlu diketahui untuk menentukan jalur mana yang lebih efisien dari semua kemungkinan jalur-jalur yang dapat ditempuh. Selain itu saluran pemasaran dapat mempermudah dalam mencari besarnya margin yang diterima tiap lembaga yang terlibat (Kotler, 2002).

Dalam saluran tataniaga tersebut terdapat lembaga pemasaran yang merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan barang dari produsen ke konsumen akhir serta mempunyai hubungan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditas sesuai waktu, tempat, bentuk dan

kepemilikannya. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Dan akhirnya konsumen memberikan balasan jasa kepada lembaga pemasaran sebagai margin pemasaran (Rahim dan Hastuti, 2008).

### **Fungsi-Fungsi Tataniaga**

Para anggota atau pelaku tataniaga menurut Philips dan Duncan dalam Sihombing (2011), fungsi tataniaga dikelompokkan menjadi 3 kelompok besar, yaitu fungsi pertukaran (*exchange function*) dimana dalam fungsi ini terdiri dari fungsi penjualan (*selling*) dan fungsi pembelian (*buying*). Fungsi kedua adalah fungsi pengadaan (*physical supply function*) dimana dalam fungsi ini terdiri dari fungsi pengangkutan (*transportation*) dan fungsi penyimpanan (*storage*). Dan fungsi terakhir adalah fungsi pelancar (*facilitation function*) atau fungsi pemberian jasa (*auxiliary function*) yang termasuk didalamnya ialah fungsi permodalan (*financing*) dimana dalam fungsi ini terdiri dari fungsi penanggungan resiko (*risk taking* atau *risk bearing* atau *risk managrment*), fungsi informasi pasar (*market information*) dan fungsi standarisasi (*grading*).

### **Biaya Tataniaga**

Biaya adalah pengorbanan yang dikeluarkan oleh produsen dalam mengelola usahataniannya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya pun merupakan korbanan yang diukur untuk suatu satuan alat tukar berupa uang yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dalam usahataniannya (Rahim dan Hartati, 2002).

Penyaluran barang atau komoditi pertanian melalui beberapa proses seperti pengangkutan, pengolahan (pengeringan, perubahan bentuk, dan lainnya), pembiayaan retribusi, bongkar muat serta kegiatan lainnya. Semua proses tersebut jelas membutuhkan biaya yang masing-masing tidak sama dan memiliki proporsinya masing-masing. Bila jarak antara produsen dengan konsumen pendek maka biaya pengangkutan bisa diperkecil. Jika tidak terjadi perubahan bentuk atau perubahan volume atau mutu maka biaya pengolahan ditiadakan. Semakin panjang jarak dan makin banyak perantara (lembaga tataniaga) yang terlibat dalam pemasaran, maka biaya pemasaran semakin tinggi, dan margin tataniaga (selisih antara harga produsen dengan tingkat konsumen) juga semakin besar (Daniel, 2002).

### Margin Tataniaga

Menurut Prassojo (2013) margin tataniaga didefinisikan sebagai perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani produsen atau dapat pula dinyatakan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen sampai ke titik konsumen akhir. Kegiatan untuk memindahkan barang dari titik produsen ke titik konsumen membutuhkan biaya tataniaga. Secara empiris, margin tataniaga dapat dituliskan sebagai berikut

$$M = Pr - Pf \dots\dots\dots 1)$$

Keterangan :

M : Margin tataniaga

Pr : Harga di tingkat pengecer

Pf : Harga di tingkat petani

Selain itu, menurut Sihombing (2011) selain itu margin tataniaga merupakan penjumlahan dari biaya dan keuntungan selama proses tataniaga berlangsung. Biaya yang dimaksud seluruh biaya baik biaya produksi produsen dan biaya tataniaga lembaga tataniaga. Dari pengertian tersebut margin tataniaga dapat ditulis secara empiris seperti berikut

$$M = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n Cij + \sum \pi j \dots\dots\dots 1)$$

Keterangan :

M : Margin tataniaga

Ci : Biaya tataniaga untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-I oleh lembaga tataniaga ke-j

m : jumlah jenis biaya tataniaga

n : jumlah lembaga tataniaga

Selain margin tataniaga terdapat perhitungan *share* biaya dan *share* keuntungan masing-masing lembaga perantara tataniaga serta *share* petani produsen untuk mengetahui seberapa besar bagian masing-masing lembaga perantara terhadap biaya dan keuntungannya serta keuntungan bagi pihak petani produsen. Model perhitungan *share* biaya dan *share* keuntungan serta *share* petani produsen masing-masing tersebut ialah sebagai berikut:

$$SBi = Bi / Pr - Pf \times 100\% \dots\dots\dots 3)$$

$$SKi = Ki / Pr - Pf \times 100\% \dots\dots\dots 4)$$

$$Sf = Pf / Pr \times 100\% \dots\dots\dots 5)$$

### **Efisiensi Tataniaga**

Menurut Mubyarto dalam Sihombing (2011) sistem tataniaga disebut efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan jalur tataniaga tersebut. Namun berbeda menurut A.T Mosher sistem tataniaga itu efisien apabila harga jual petani atau harga yang diterima petani adalah sebesar harga pokok (*cost price*) hasil ditambah dengan sebagai keuntungan yang diinginkan produsen dalam pengusahaannya. Dan jika semakin besar harga maka semakin tinggi tingkat efisiensi tataniaga tersebut.

Penentuan efisiensi menurut Sihombing (2011) dapat dilihat dengan memperbandingkan antara besarnya keuntungan petani produsen dan seluruh lembaga perantara yang terlibat dengan seluruh ongkos tataniaga yang dikeluarkan oleh lembaga perantara dan biaya produksi serta ongkos pemasaran yang dikeluarkan oleh petani produsen. Metode ini dapat dirumuskan dengan model perhitungan:

$$E = \frac{Jl+Jp}{Ot+Op} \times 100\% \dots\dots\dots 22)$$

Keterangan :

Jl : Keuntungan lembaga tataniaga

Jp : Keuntungan Produsen

Ot : Ongkos tataniaga

Op : Ongkos produksi dan pemasaran yang dikeluarkan oleh petani produsen

### **Penelitian Terdahulu**

Dalam Sihombing (2011) dalam analisis ekonomi ayam ras pedaging diperoleh kesimpulan bahwa input produksi seperti bibit ayam, pakan ternak, vaksin, dan obat-obatan, lahan dan peralatan tersedia dengan baik. Usaha ternak ayam ras pedaging memiliki prospek yang layak dikembangkan dengan nilai R/C 1,24, nilai ROI 21,22% dan dari segin pemecahan masalah alternatif pakan yang dapat mengurangi biaya produksi namun tetap menjaga kualitas produksi yang sama.

### **Hipotesis Penelitian**

Adapun hipotesis penelitian ini adalah:

1. Ada beberapa saluran tataniaga ayam ras pedaging di daerah penelitian.
2. *Share* margin peternak lebih kecil daripada *share* margin pedagang.
3. Efisiensi tataniaga ayam ras pedaging di daerah penelitian adalah efisien.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penentuan Daerah Penelitian**

Penentuan daerah penelitian ditentukan secara *purposive* (sengaja) di Kabupaten Serdang Bedagai. Hal ini dipertimbangkan karena produksi ayam ras pedaging terbesar di Sumatera Utara adalah kabupaten Serdang Bedagai.

### **Metode Pengambilan Sampel**

#### **1. Peternak**

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel peternak adalah metode *simple random sampling* sebanyak 30 sampel di dua Kecamatan di Kabupaten Serdang Bedagai, yaitu kecamatan Sei Rampah dan Kecamatan Pantai Cermin Dengan jumlah populasi sebanyak 52 sampel.

#### **2. Pedagang**

Pedagang yang dimaksud ialah pedagang pengumpul dan pedagang eceran yang menjual ayam ras pedaging. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pedagang-pedagang tersebut adalah dengan *snowball sampling*, yaitu satu orang yang diminta untuk menunjuk responden berikutnya yang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan. Cara pengambilan sampel ini dilakukan secara berantai yang dimulai dari sampel yang kecil dan semakin lama semakin besar.

### **Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengajuan kuisioner kepada peternak, ayam ras pedaging di Kabupaten Serdang Bedagai, pedagang pengumpul dan pedagang eceran yang akan ditelusuri selama penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik dan Dinas pertanian dan Peternakan Serdang Bedagai.

### **Metode Analisis Data**



Untuk mengidentifikasi masalah pertama dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif yaitu dengan menganalisis saluran tataniaga ayam ras pedaging di Kabupaten Serdang Bedagai.

Untuk mengidentifikasi masalah kedua dengan analisis analisis perhitungan *share* margin dapat dihitung dengan menggunakan model perhitungan

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M : Margin tataniaga

Pr : Harga di tingkat pengecer

Pf : Harga di tingkat petani

Analisis juga dilakukan dengan perhitungan *share* peternak, *share* biaya lembaga tataniaga dan *share* keuntungan lembaga tataniaga. Perhitungannya adalah sebagai berikut

$$\text{Share peternak} : Sf = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

$$\text{Share biaya lembaga perantara} : SBi = \frac{Bi}{Pr - Pf} \times 100\%$$

$$\text{Share keuntungan lembaga perantara} : SKi = \frac{Ki}{Pr - Pf} \times 100\%$$

Dan untuk nisbah keuntungan untuk peternak dan lembaga perantara tataniaga ialah sama yaitu  $I/Bti$  dimana:

I : keuntungan masing-masing lembaga tataniaga

Bti : biaya masing-masing lembaga tataniaga

Sedangkan mengidentifikasi masalah ketiga digunakan perhitungan efisiensi tataniaga dengan model perhitungan sebagai berikut:

$$Efisiensi (E) = \frac{Jl + Jp}{Ot + Op} \times 100\%$$

Keterangan :

Jl : Keuntungan lembaga tataniaga

Jp : Keuntungan produsen

Ot : Ongkos tataniaga

Op : Ongkos produksi dan pemasaran yang dikeluarkan oleh petani produsen

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Saluran Tataniaga Ayam Ras Pedaging

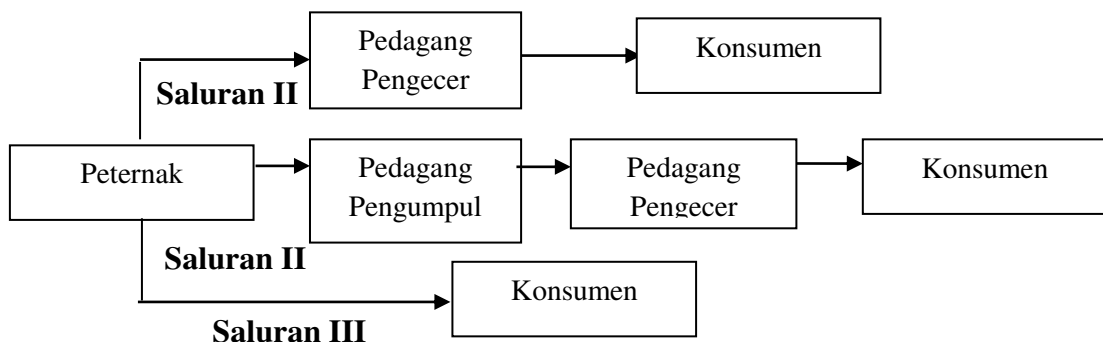
Saluran tataniaga ayam ras pedaging di daerah penelitian terdapat tiga saluran tataniaga mulai dari produsen hingga kepada konsumen. Keseluruhan saluran ini memiliki tujuan yang sama yaitu mendistribusikan ayam ras pedaging sampai ke tangan konsumen. Saluran tataniaga ayam ras pedaging di Kabupaten Serdang Bedagai melibatkan beberapa lembaga tataniaga seperti pedagang pengumpul, dan beberapa pedagang pengecer

Saluran tataniaga ayam ras pedaging yang pertama ialah produksi ayam ras pedaging dikumpulkan oleh pedagang pengumpul dari beberapa peternak. Setelah dikumpulkan, hasil produksi ayam ras pedaging kemudian disalurkan ke pedagang-pedagang pengecer di pasar sekitar daerah penelitian dan juga pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional di daerah penelitian.

Saluran tataniaga kedua ialah dari peternak ayam ras pedaging langsung dijual ke pedagang pengecer di sekitar ternak ayam ras pedaging tersebut. Pedagang pengecer tersebut yang mendatangi ternak ayam ras pedaging untuk membeli secara langsung sesuai dengan permintaan di daerah penjualannya.

Selanjutnya untuk saluran tataniaga yang terakhir ialah konsumen yang langsung mendatangi ternak ayam ras pedaging tersebut untuk membelinya secara langsung. Hal ini terjadi karena asumsi masyarakat bahwa harga suatu produk lebih murah di daerah produksi atau pabriknya daripada di pasar.

Berikut skema saluran tataniaga ayam ras pedaging di Kabupaten Serdang Bedagai dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1. Saluran Tataniaga Ayam Ras Pedaging di Kabupaten Serdang Bedagai**

### Share Margin Lembaga Tataniaga Ayam Ras Pedaging

Sebelum menghitung *share* margin masing-masing lembaga tataniaga, terlebih dahulu untuk mengetahui fungsi-fungsi apa saja yang dilakukan oleh masing-masing lembaga tataniaga tersebut. Fungsi-fungsi yang dilakukan lembaga tataniaga ayam ras pedaging dipaparkan tabel berikut :

**Tabel 1. Fungsi-Fungsi Tataniaga yang Dilakukan Setiap Lembaga Tataniaga**

Fungsi Tataniaga	Peternak	Pedagang Pengumpul	Pedagang Pengecer
Pembelian	-	√	√
Penjualan	√	√	√
Pengangkutan	-	√	-
Penyimpanan	√	√	√
Permodalan	√	√	√
Penanggungan Resiko	√	√	√
Informasi Pasar	-	√	√
Standarisasi	√	-	√

Sumber : Data Primer Survey Lapangan

Dari tabel diatas diketahui bahwa pedagang pengumpul dan pengecer melakukan fungsi yang sama banyaknya yaitu 7 fungsi dimana masing-masing dari pedagang pengumpul dan pedagang pengecer tidak melakukan fungsi standarisasi dan fungsi pengangkutan. Untuk peternak sendiri melakukan 5 fungsi, yaitu fungsi penjualan, penyimpanan, permodalan, penanggungan resiko dan standarisasi.

Dari fungsi-fungsi diatas diketahui biaya yang dikeluarkan masing-masing lembaga tataniaga yang dipaparkan pada tabel 2 berikut :

**Tabel 2. Biaya Produksi, Harga Jual, dan Keuntungan Masing-Masing Lembaga**

Tataniaga		
Lembaga Tataniaga	Uraian	Rp/Kg
Peternak	Biaya Produksi	17.806
	Harga Jual	19.000
	Keuntungan	1194
Pedagang Pengumpul	Harga Beli	19.000
	Biaya Tataniaga	2.858
	Harja Jual	23.500
Pedagang Pengecer	Keuntungan	1.642
	Harga Beli	22.838
	Biaya Tataniaga	1023
	Harja Jual	25.667
	Keuntungan	2.394

Sumber : Analisis Data Primer, 2013

Berikut sebaran harga atau *price spread* saluran tataniaga pertama

**Tabel 3. Price spread dan Share Margin Saluran Tataniaga Pertama**

No	Uraian	Price spread (Rp/Kg)	Share Margin (%)
<b>1</b>	<b>PETERNAK</b>		
	Biaya Produksi	17806	
	Harga Bibit	2694	
	Biaya Pakan	14682	
	Obat-Obatan	156	
	Sekam	161	
	Gas	67	
	Penyusutan Alat	47	
	Harga Jual	19000	
	<b>Keuntungan</b>	<b>1193</b>	<b>73.08</b>
	Nisbah		0.07
<b>2</b>	<b>PENGUMPUL</b>		
	<b>Harga Beli</b>	<b>19000</b>	
	Biaya Tataniaga	2858	
	Transportasi	59	0.23
	Penyimpanan	2778	10.68
	Penanggungan Resiko	19	0.08
	Retribusi	0.8	0.003
	Harga Jual	23500	
	<b>Keuntungan</b>	<b>1642</b>	<b>6.32</b>
	Nisbah		0.22
<b>3</b>	<b>PENGECER</b>		
	<b>Harga Beli</b>	<b>23500</b>	
	Biaya Tataniaga	698.95	
	Penyimpanan	496.6	1.91
	Penanggungan Resiko	2.35	0.01
	Kemasan	200	0.77
	Harga Jual	26000	
	<b>Keuntungan</b>	<b>1801</b>	<b>6.93</b>
	Nisbah		2.58
<b>4</b>	<b>Harga Konsumen</b>	<b>26000</b>	<b>100</b>

Sumber : Analisis Data Primer, 2013

Dibawah ini adalah sebaran harga untuk saluran tataniaga yang kedua

**Tabel 17. Price spread dan Share Margin Saluran Tataniaga Kedua**

No	Uraian	Sebaran Harga (Rp/Kg)	Share Margin (%)
<b>1</b>	<b>PETERNAK</b>		
	Biaya Produksi	17806	
	Harga Bibit	2694	
	Biaya Pakan	14682	
	Obat-Obatan	156	
	Sekam	161	
	Gas	67	
	Penyusutan Alat	47	
	Harga Jual	21500	
	<b>Keuntungan</b>	<b>3693</b>	<b>86.00</b>
	Nisbah	0.21	
<b>2</b>	<b>PENGECER</b>		
	Harga Beli	21500	
	Biaya Tataniaga	1671.95	
	Penyimpanan	1469.8	5.88
	Penanggungan Resiko	2.15	0.01
	Kemasan	200	0.80
	Harga Jual	25000	
	<b>Keuntungan</b>	<b>1828</b>	<b>7.31</b>
	Nisbah	1.09	
<b>3</b>	<b>Harga Konsumen</b>	<b>25000</b>	<b>100</b>

Sumber : Analisis Data Primer, 2013

Dibawah ini sebaran harga untuk saluran tataniaga ketiga

**Tabel 18. Price spread dan Share Margin Saluran Tataniaga Ketiga**

No	Uraian	Sebaran Harga (Rp/Kg)	Share Margin (%)
<b>1</b>	<b>PETERNAK</b>		
	Biaya Produksi	17807	
	Harga Bibit	2694	
	Biaya Pakan	14682	
	Obat-Obatan	156	
	Sekam	161	
	Gas	67	
	Penyusutan Alat	47	
	Harga Jual	22000	
	<b>Keuntungan</b>	<b>4193</b>	<b>100</b>
	Nisbah	0.24	
<b>2</b>	<b>Harga Konsumen</b>	<b>22000</b>	<b>100</b>

Sumber : Analisis Data Primer, 2013

Untuk pembahasan pertama yaitu pedagang pengecer dilihat dari tabel diketahui bahwa *share margin* pedagang pengecer pada saluran pertama dan kedua lebih besar *share margin* pedagang pengecer saluran tataniaga kedua. Hal ini terjadi karena mata rantai saluran tataniaga kedua lebih pendek dari mata rantai saluran tataniaga pertama yaitu melalui pedagang pengumpul sedangkan saluran tataniaga kedua tanpa melalui pedagang pengumpul. Selanjutnya dari pihak produsen, dapat membuktikan teori yang mengatakan bahwa *share margin* produsen akan jauh lebih besar jika mata rantai

dalam saluran tataniaga tersebut semakin pendek. Dilihat dari saluran tataniaga ayam ras pedaging pertama dimana *share* margin peternak sebesar 73,08%, *share* margin kedua sebesar 86% dan *share* margin ketiga yaitu 100%.

### **Efisiensi Tataniaga Ayam Ras Pedaging**

Dalam perhitungan nilai efisiensi tataniaga digunakan rumus menghitung *share* margin peternak adalah persentase dari perbandingan harga jual peternak dengan harga beli yang diterima konsumen. Secara sistematis efisiensi tataniaga dapat diperhitungkan dengan rumusan dibawah ini

$$Efisiensi (E) = \frac{Jl + Jp}{Ot + Op} \times 100\%$$

Keterangan :

Jl : Keuntungan lembaga tataniaga

Jp : Keuntungan produsen

Ot : Ongkos tataniaga

Op : Ongkos produksi yang dikeluarkan oleh peternak

**Tabel 20. Tingkat Efisiensi Tataniaga Setiap Saluran Tataniaga Ayam Ras Pedaging Di Kabupaten Serdang Bedagai Tahun 2013**

No	Saluran Tataniaga	Efisiensi (%)
1	Peternak-Pedagang pengumpul-Pedagang Pengecer-Konsumen	21,70
2	Peternak-Pedagang Pengecer-Konsumen	28,31
3	Peternak-Konsumen	23,54

*Sumber : Lampiran 12, 13, 14*

Dari tabel 20 dapat disimpulkan bahwa dari ketiga saluran tataniaga ini belum efisien. Hal ini dikarenakan tingkat harga yang diterima konsumen berbeda jauh dibandingkan harga yang berlaku di tingkat peternak.

Ditinjau dari pengertian efisiensi menurut Mubyarto dalam Sihombing (2011) yaitu sistem tataniaga disebut efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan jalur tataniaganya, maka untuk tataniaga ayam ras pedaging di Kabupaten Serdang Bedagai ini untuk kriteria pertama yaitu biaya yang tersampaikan ke konsumen untuk dibayarkan kepada produsen itu adalah belum mencapai harga yang semurah-murahnya. Untuk kriteria kedua telah

mampu mengadakan pembagian yang adil terhadap peternak ayam ras pedaging untuk segala biaya yang dikeluarkan selama proses produksi ayam ras pedaging tersebut. Untuk lembaga tataniaganya yang terlibat juga belum mendapat pembagian yang adil terhadap biaya yang dikeluarkan selama proses penjualan yang dilakukannya sampai hasil produksi ternak ayam ras pedaging itu terjual seluruhnya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Terdapat tiga saluran pemasaran di daerah penelitian, yaitu peternak - pedagang pengumpul - pedagang pengecer – konsumen; peternak - pedagang pengecer – konsumen; peternak – konsumen
2. *Share* margin peternak dalam saluran I adalah 73,08%, saluran II adalah 86%, dan saluran ketiga 100%. Untuk lembaga tataniaga pedagang pengumpul yang terdapat pada saluran tataniaga pertama *share* marginnya adalah 6,32%. Dan lembaga tataniaga terakhir yaitu pedagang pengecer di saluran tataniaga pertama *share* marginnya sebesar 6,93% dan di saluran tataniaga kedua adalah 7,31%.
3. Tingkat efisiensi tataniaga ayam ras pedaging di daerah penelitian untuk ketiga saluran tataniaga yang ada belum efisien karena tingkat efisiensi ketiga saluran tersebut lebih kecil dari 50% yaitu 21,70%, 28,31%, dan 23,54%.

### **Saran**

1. Peternak diharapkan untuk membuat serikat peternak ayam ras pedaging guna untuk lebih cepat mendapatkan informasi tentang harga yang berlaku dipasar atau dapat membantu peternak menjual hasil produksinya ke luar negeri sehingga dapat meningkatkan harga jual peternak. Selain itu juga diharapkan peternak untuk selanjutnya mencatat hasil-hasil produksi ternaknya dan juga biaya produksinya.
2. Pemerintah diharapkan dapat memberikan penyuluhan kepada peternak untuk cara-cara untuk mengurangi resiko kematian karena penyakit atau perubahan cuaca yang sering terjadi;
3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti tentang perbandingan pendapatan peternak inti dan peternak plasma di daerah penelitian.